

# TRATAMENTO DE ESTÉTICA FACIAL: UM ESTUDO DE CASO DO MÉTODO NEPOMUCENO<sup>1</sup>

## FACIAL AESTHETIC TREATMENT: A CASE STUDY OF THE NEPOMUCENO METHOD

.....

Dayanne Nepomuceno  
dayannenepo1212@gmail.com

Data de submissão: 28/11/2022

Data de aprovação: 17/08/2023

## R E S U M O

A popularidade e procura por estética facial cresceu de forma que diversos profissionais, com as mais variadas formações migraram para a área. Por isso a personalização dos métodos estéticos é a evolução no atendimento de estética clínica aplicada. O tema deste artigo é uma demonstração de método estético denominado Método Nepomuceno, que possui uma interpelação personalizada, e será analisado na prática para verificar seus possíveis resultados, se trata de uma abordagem atualizada com as novas exigências de mercado, desde o primeiro contato quanto a experiência do usuário (paciente), apresentando um estudo aprofundado do método Nepomuceno é demonstrado um relato de caso de uma pesquisa descritiva, e em relação aos procedimentos técnicos é um relato de caso com 12 etapas que são um conjunto de ações para o sucesso nos tratamentos de estética facial. Detalhando como trabalhar de forma a alcançar excelência, em todos os âmbitos da área de estética facial, como fidelização, divulgação, confiabilidade, lucratividade e o resultado tendo como objetivo geral mostrar a efetividade prática do método Nepomuceno, e objetivos Específicos, 1) Levantar na literatura a importância do empreendedorismo e da inovação no atendimento de tratamentos na área de estética facial no cenário atual; 2) Demonstrar um caso de aplicação do método Nepomuceno de abordagem no tratamento facial desenvolvido pela esteticista. Para a apresentação dos resultados foi utilizado um caso clínico real como exemplo, destaque a ciência da paciente mediante a termo de permissão de uso de imagem. Após a elaboração desse estudo aprofundado da aplicabilidade do método Nepomuceno, pode-se concluir que um método para atendimento auxilia pois impacta diretamente na experiência do usuário/cliente de forma positiva, agregando valor e evidenciando essa demanda no mercado estético atual.

1 Artigo apresentado como requisito parcial para conclusão do Curso de Bacharelado em Estética.



Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

**Palavras-chave:** esteticista empreendedor; criação de marca; criação de método estético; estudo de caso estético; esteticista; empreendedorismo.

## A B S T R A C T

*The popularity and demand for facial aesthetics has grown so that several professionals, with the most varied backgrounds, have migrated to the area. That is why the customization of aesthetic methods is the evolution in applied clinical aesthetic care. The theme of this article is a demonstration of an aesthetic method called the Nepomuceno Method, which has a personalized approach, and will be analyzed in practice to verify its possible results, it is an updated approach with the new market requirements, from the first contact regarding user experience (patient), presenting an in-depth study of the Nepomuceno method, a case report of a descriptive research is demonstrated, and in relation to the technical procedures it is a case report with 12 steps that are a set of actions for successful treatments of facial aesthetics. Detailing how to work in order to achieve excellence, in all areas of the area of facial aesthetics, such as loyalty, dissemination, reliability, profitability and the result, with the General objective of showing the practical effectiveness of the Nepomuceno method, and Specific objectives, 1) Raise in the literature the importance of entrepreneurship and innovation in the care of treatments in the area of facial aesthetics in the current scenario; 2) Demonstrate a case of application of the Nepomuceno method of approach in the facial treatment developed by the beautician. For the presentation of the results, a real clinical case was used as an example, highlighting the patient's awareness through the image use permission term. After preparing this in-depth study of the applicability of the Nepomuceno method, it can be concluded that a method for care helps because it directly impacts the user/client experience in a positive way, adding value and highlighting this demand in the current aesthetic market.*

**Keywords:** entrepreneurial beautician; brand creation; creation of aesthetic method; aesthetic case study; beautician; entrepreneurship.

## 1 INTRODUÇÃO

A popularidade e procura por estética facial cresceu de forma que diversos profissionais, com as mais variadas formações (por exemplo: enfermeiros(as), farmacêuticos(as), fisioterapeutas migraram para a área). (CARDOSO, 2019; GODOY et al., 2016; CARREIRO et al., 2012).

Com isso, o mercado de estética está vivendo um momento de saturação de profissionais. Com tantas opções no mercado hoje, existe uma grande procura de serviços. Essa procura de serviços personalizados, é para que se tenha atendimentos que proporcionam não só o resultado, mas também uma experiência ímpar ao cliente. (FILGUEIRAS, 2019).

O tema deste estudo aborda a criação e a efetividade do método de tratamento facial denominado método Nepomuceno. O método Nepomuceno é um conjunto de ações para o sucesso nos tratamentos de estética facial. Ensina a trabalhar de forma a alcançar excelência, em todos os âmbitos da área de estética facial, como fidelização, divulgação, confiabilidade, lucratividade e o principal resultado.

Neste contexto, o problema de pesquisa deste estudo é: **A mudança dos fatores que influenciam no sucesso profissional da área de estética, e a dificuldade de se diferenciar no mercado de trabalho, gera demanda de criação de métodos personalizados?** Com a finalidade de investigar se um novo método é mais eficaz em relação a abordagem clínica tradicional.

O objetivo geral do estudo é mostrar a efetividade prática do método Nepomuceno.

Os objetivos específicos são:

- a) Levantar na literatura a importância do empreendedorismo e da inovação de tratamento na área de estética facial no cenário atual;

- b) Relatar um caso de aplicação do método Nepomuceno de tratamento facial desenvolvido pela esteticista, para mostrar a efetividade prática.

Neste estudo de caso clínico de estética facial, a abordagem personalizada de atendimento na prática e seus possíveis resultados, busca verificar a efetividade do método Nepomuceno, sobre a: perspectiva do resultado obtido; a fidelização do cliente; e a aplicabilidade desse método;

A personalização dos métodos de tratamento faciais estéticos é a evolução no atendimento de estética clínica aplicada. Assim, o estudo se justifica por apresentar uma abordagem atualizada, com as novas exigências de mercado, desde o primeiro contato com o usuário, a experiência do paciente em clínica, o resultado obtido, até o acompanhamento após o procedimento. (KAMIZATO; BRITO, 2014).

O estudo será apresentado em 5 seções, sendo a primeira a introdução ao tema, a segunda seção contém a revisão teórica que retrata a estética na atualidade, a atuação dos profissionais de estética, a importância da inovação e do empreendedorismo, como se destacar no mercado atual de estética, os métodos de tratamento estéticos, a habilitação em métodos estéticos e seus benefícios, e a apresentação do Método Nepomuceno com cada etapa descrita, em seguida a terceira seção sobre a metodologia utilizada, a pesquisa em base de dados e o estudo de caso, a quarta contém o relato de caso, e por fim a quinta seção, com as considerações finais, limitações e perspectivas futuras de continuação da pesquisa.

## 2 REVISÃO TEÓRICA

### 2.1 A estética facial na atualidade

Atualmente a estética tem ganhado cada vez mais espaço no mercado de trabalho, se tornando uma área que atrai interesse dos mais diversos públicos, a população brasileira tem por uma das suas características mais fortes a beleza, então os tratamentos estéticos possuem grande demanda em solo brasileiro. (FILGUEIRAS, 2019)

Para realizar tratamentos mais específicos a cada parte do corpo, a estética é dividida em segmentos de atuação, como por exemplo a estética que cuida da face, ou como é mais conhecida a estética facial.

A estética facial se apresenta diariamente ao seu consumidor final, devido a disseminação da informação no mundo globalizado se tem a abrangência das plataformas digitais, por exemplo: as figuras públicas (pessoas de influência digital) recebendo em seus rostos os procedimentos estéticos e mostrando em suas mídias sociais, os profissionais da área (que acabam se tornando figuras públicas devido ao alcance nas redes), e as fotos de antes e depois que corroboram no aumento do desejo de consumo desse segmento, a fim de se alcançar uma pele com aparência saudável e bem cuidada, elevando a autoestima do usuário desse serviço. (CAMPOS; FARIA; SARTORI, 2020).

#### 2.1.1 Atuação dos profissionais de estética esteticistas

A atuação dos profissionais estéticos no mercado de trabalho tem se tornando um desafio, pois a popularidade e procura por

estética facial cresceu tanto a ponto que diversos profissionais com as mais variadas formações (ex: enfermeiros(as), farmacêuticos(as), fisioterapeutas) migraram para a área. (CARDOSO, 2019; GODOY *et al.*, 2016; CARREIRO *et al.*, 2012).

Com isso o mercado de estética está vivendo um momento de saturação de profissionais, e com tantas opções no mercado hoje existe uma grande procura de serviços personalizados, para atendimentos que proporcionam não só o resultado, mas também uma experiência ao cliente. (FILGUEIRAS, 2019)

A necessidade de criar métodos práticos para a rotina dos atendimentos estéticos, existe pois, nivelar o padrão de excelência nessa abordagem ao cliente é de extrema importância para agregar valor e dar destaque ao profissional no mercado saturado, e essa experiência ao usuário reflete a atualização e cuidado exercido pelo(a) esteticista, tornando quem utiliza seu serviço parte de um grupo seleto com vários benefícios, como uma vivência exclusiva, o atendimento personalizado, monitoramento dos resultados, acompanhados de uma experiência única em excelência no serviço prestado. (FILGUEIRAS, 2019)

## 2.2 A importância do empreendedorismo e da inovação na estética

“O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que

precisam ser resolvidas.” (BAGGIO, A.; BAGGIO, D., 2014)

A estética está diretamente ligada ao empreendedorismo, pois o profissional de estética tem excelentes oportunidades de crescimento com o empreendimento próprio (SILVA; GUIMARÃES, 2018).

Os desafios do empreendedor na área estética é manter-se atualizado com as inovações do mercado, além da alta concorrência existente. O mundo globalizado se torna cada vez mais competitivo no mercado de trabalho, com isso estruturas de qualidade, tecnologias de ponta, e serviços de qualidade, não são o suficiente para manter uma empresa e para alcançar o sucesso, é necessário que o empreendedor esteja em diligência com as novas tendências, no mercado geral, e atenda às necessidades do público-alvo. (NEVES *et al.*, 2013).

Atualmente o mercado conta com alto número de profissionais na área estética, mas existem formas de inovar empreendendo, dentre elas podemos citar:

- a) O ato de promover o trabalho em plataformas de mídias sociais, criar conteúdo que garantem confiabilidade no serviço que é oferecido, e instigar o desejo do cliente final a consumir esse serviço, pois o cliente final precisa saber que existe a oferta desse serviço e que o profissional o oferece. (SAMPALIO; TAVARES, 2017).
- b) O atendimento de excelência eleva o valor agregado do serviço prestado, proporciona uma experiência personalizada, atenta aos detalhes e aos desejos do cliente, cria um ambiente de confiança, fideliza o usuário e atrai novos clientes por meio da indicação. (FILGUEIRAS, 2019)
- c) O marketing pessoal tem muita eficácia nos empreendimentos em geral, e

na estética não é diferente, a postura física, aparência, e a forma de falar está diretamente relacionada a credibilidade do profissional, por isso investir em imagem pessoal é de suma importância para se destacar no mercado como um profissional capacitado. (TASCIN; SERVIDONI, 2005).

### 2.2.1 Como se destacar no mercado atual de estética?

Para se destacar nesse mercado atual, o profissional de estética deve se atentar às novas demandas de mercado. O cliente está mais exigente devido ao grande número de profissionais disponíveis, buscando não somente preço, localização, e resultado, mas também a experiência proporcionada em todo o atendimento desde o primeiro contato até o atendimento em si.

O marketing digital é um investimento indispensável para o profissional que busca destaque em sua área de atuação. Atualmente a popularidade das redes sociais só aumenta, tornando-as as principais vitrines para os prestadores de serviços, pois o conteúdo das contas profissionais são vistos como portfólio do serviço que é oferecido (SAMPAIO; TAVARES, 2017).

É importante que o esteticista esteja nessas plataformas, a fim de se mostrar um profissional atualizado, e que se importa com seu público-alvo, respondendo dúvidas, realizando postagens informativas com embasamento científico, com uma linguagem simplificada para o entendimento do usuário, e assim agregar valor ao seu trabalho, com a conexão estabelecida através das interações digitais.

Além das estratégias de marketing digital, como parcerias com influenciadores digitais locais, tráfego pago, impulsionar publicações em plataformas de mídias sociais

(ex: Instagram, Facebook, Google), o marketing pessoal tem excelentes resultados, o profissional que oferece o serviço deve inspirar seu público-alvo, apresentado uma imagem pessoal que demonstre profissionalismo e credibilidade. (CATTANI; MARTINS; GAMA, [2020])

## 2.3 Métodos de tratamento estéticos

Os métodos de tratamentos estéticos são abordagens que são amplamente usadas na estética. O profissional estuda determinado aspecto da área, cria um método e o registra. São exemplos de métodos Vodder (1936) e Godoy & Godoy (1997). Estes são métodos de drenagem linfática manual criados antes do século XXI. Atualmente existem novos métodos de drenagem linfática manual registrados, como por exemplo o Método Renata França (2016), e o Método Joana Medrado (2017). Esses são apenas alguns exemplos de métodos estéticos, que mostram que a técnica de criação de métodos é algo que perdura até os dias atuais.

A popularização desses métodos registrados, além de ocorrer por apresentarem excelentes resultados, se dá por meio do marketing. Assim, os métodos passam credibilidade no mercado, por já existir um histórico de atendimentos que alcançaram êxito em suas respectivas sessões, então o nome registrado do método se torna referência de um serviço de qualidade.

### 2.3.1 Habilitação em métodos estéticos e seus benefícios

A habilitação em métodos estéticos traz confiabilidade ao serviço prestado. O profissional se torna referência na área que se habilitou, por carregar consigo o conhecimento



adquirido no curso realizado. Além de todo o proveito tirado pelo marketing já existente no método. Como por exemplo: o cliente vê nas redes sociais uma figura pública realizando uma sessão de drenagem método “X” com a profissional “X” e é despertado o desejo de consumo desse serviço. Então o cliente irá buscar em sua região, algum profissional que tenha formação nesse método, sendo direcionado aos profissionais que realizaram essa habilitação.

A habilitação em métodos estéticos facilita a arrecadação de novos clientes, e tem oportunidade lucrativa notória, pois o usuário vai ao habilitado por interesse em um método já conhecido, e seus resultados aos quais teve acesso com o marketing já existente pelo próprio método, e torna-se cliente do profissional que o oferece, com isso gera lucratividade direta ao profissional habilitado, dando a oportunidade desse profissional além de fidelizar o usuário ofertar também os outros serviços que possui.

## 2.4 O que é o método Nepomuceno?

O método Nepomuceno foi criado em setembro de 2019 pela esteticista e cosmétologa Dayanne Nepomuceno, a qual teve uma percepção de uma alta demanda no mercado para atendimentos personalizados. Assim, a profissional da saúde foi aplicando técnicas adquiridas na atuação do mercado estético, e observando a efetividade ou não efetividade de cada uma, até chegar à criação oficial do método Nepomuceno.

O método Nepomuceno é um conjunto de ações para o sucesso nos tratamentos de estética facial, ensinando a trabalhar de forma a alcançar excelência em todos os âmbitos da área. Seus principais preceitos são:

fidelização, divulgação, confiabilidade, lucratividade, e o principal resultado.

### 2.4.1 Etapas do método Nepomuceno

O esperado pelo usuário é um atendimento de excelência, não robotizado, e que atenda às suas expectativas quanto a tempo e qualidade. Por isso, a criação de um passo a passo é de extrema importância para o êxito no serviço prestado, encantando o cliente desde o primeiro contato.

#### Etapas do método Nepomuceno:

1. **Despertar o desejo/interesse no cliente dos serviços oferecidos (divulgação estratégica):** podendo ser de indicação, impulsionando anúncios em plataformas de mídias sociais (como por exemplo: o patrocinado no Instagram), parcerias com digitais influencers, entre outras formas; (BOGÉA, 2018)

Primeiro contato com o paciente:

2. **Pré avaliação on-line:** no primeiro contato com o cliente, deve-se ouvir o que ele deseja, realizar o envio de um questionário pelo WhatsApp, para direcionar essa necessidade com as questões levantadas por ele para traçar um plano de tratamento específico; (GONÇALEZ, 2022)
3. **Orçamento on-line e venda do serviço:** enviar o orçamento online, apresentar ao cliente as opções de forma assertiva quanto ao caso clínico, responder as respectivas dúvidas que possam surgir, desconstruir as objeções do cliente, e por fim receber o aceite do cliente; (DE CAMPOS; LONNI; BENETOLI, 2022)

4. **Marcação on-line:** fazer o agendamento mediante a sinal de 30% do valor total para a realização do procedimento estético indicado, enviar todas informações relevantes como por exemplo: endereço, data, horário, indicação para preparação da pele antes da sessão, vestimentas recomendadas, privação da exposição solar (quantificar dias), suspensão de cosméticos que possam comprometer a integridade da pele, lembrando o cliente 1 semana antes e um dia antes do procedimento com mensagem via WhatsApp. (GONÇALEZ, 2022)

Cliente na clínica estética:

5. **Consulta:** realizar preenchimento da ficha anamnese (dados pessoais e histórico clínico), avaliação: verificar quantidade diária necessária de água (peso/altura), avaliação com equipamentos digitais como: dermo analyser (analisador de oleosidade, umidade e elasticidade por meio do sistema de impedância bioelétrica), analisador de fototipo, luz de wood (fazer registro fotográfico) finalizar com a avaliação tátil e visual; (DAL FORNO et al., 2019)
6. **Verificar a necessidade de atendimento multidisciplinar:** sugerir profissionais nas respectivas áreas que o paciente apresentar demanda, como por exemplo: psicólogo, tricologista, profissional para aplicação de toxina botulínica e preenchimento com ácido hialurônico, nutricionista, médico clínico geral, entre outros. (Fazer parcerias com esses profissionais para as indicações); (DAL FORNO et al., 2019)
7. **Iniciar o atendimento:** iniciar o atendimento, realizar registro fotográfico do antes, gravar registro em vídeo

de um passo de conduta terapêutica (clientes gostam de receber vídeos desse de autocuidado, e quando recebem muitos acabam postando em suas redes sociais, gerando marketing grátis); (DAL FORNO et al., 2019)

8. **Registro fotográfico:** ao finalizar a sessão (o depois), se atentar ao ângulo para que fique o mais equiparado possível a primeira foto (o antes); (DAL FORNO et al., 2019)
9. **Fazer a indicação e venda de home care individual:** ter esses produtos (de uma determinada marca) para venda à disposição gerando assim uma 2ª fonte de renda (além de potencializar o resultado), e entregar em sacolas personalizadas com a sua marca; (SCHMITZ; LAURENTINO; MACHADO, 2010).
10. **Realizar a marcação da próxima sessão do tratamento facial:** com o prazo indicado, e se despedir do cliente de forma cordial; (DAL FORNO et al., 2019)

Após o cliente ter ido embora:

11. **Pós atendimento:** enviar para a cliente todos os registros de imagens, fazer montagem do antes e depois (caso cliente autorizar mediante a termo de consentimento de imagem postar em plataformas de mídias sociais), e enviar todo o material de resumo do atendimento, chamado de pós de limpeza (ou pós-tratamento facial); (DAL FORNO et al., 2019)
12. **Realizar acompanhamento on-line:** para tirar dúvidas que possam surgir, e acompanhar os resultados. (DAL FORNO et al., 2019)

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 Pesquisa em base de dados

Para a fundamentação teórica foi realizada pesquisa bibliográfica em base de dados utilizando-se os termos e as estratégias de buscas presentes nos quadros 1 e 2.

**Quadro 1 – Descritores utilizados na busca por artigo para a Revisão Teórica**

<b>DeCS</b>	Estética. Empreendedorismo. Métodos
<b>MeSH (inglês)</b>	Esthetics
<b>Lingua-gem natural</b>	esteticista empreendedor, criação de marca. criação de produto

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

**Quadro 2 – Estratégia de busca utilizada na busca por artigo para a Revisão Teórica**

<b>Base de dados</b>	<b>Estratégia</b>
BVS	Estética AND Empreendedorismo AND Métodos
Google acadêmico	esteticista AND empreendedor AND (criação de marca OR criação de produto)

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

#### 3.2 Estudo de caso

A classificação da pesquisa segundo Gil (2008, 2002) se refere a estudo de caso. O estudo de caso envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos de maneira que se permita o amplo e detalhado conhecimento. Assim busca-se detalhar as

12 etapas do método Nepomuceno por meio da descrição de um relato de caso, de tratamento de estética facial.

Para o roteiro de coleta de dados do relato de caso, é necessário despertar o interesse no serviço oferecido (cumprindo a etapa 1) para que o cliente entre em contato, na etapa 2 do método Nepomuceno é enviado um questionário inicial mediante *WhatsApp* os dados são solicitados para criar o perfil do paciente, na etapa 3 é feito o envio do orçamento online da 1ª consulta. Na etapa 4 é realizado o agendamento após pagamento referente a 30% do valor total da consulta, a etapa 5 é no dia da 1ª sessão através de ficha anamnese e é feita a consulta e avaliação clínica, contendo: nome completo, perfil da cliente, redes sociais, e-mail, hábitos de vida, alimentação, prática de exercícios físicos, rotina do sono, ingestão de líquido, frequência de exposição solar, funcionamento do sistema digestivo, ocupação no trabalho, histórico clínico (cirurgias realizadas, alergias, uso de medicamentos, e doenças pré existentes), e a assinatura da paciente no termo de responsabilidade, e na etapa 6 verificar a necessidade de atendimento multidisciplinar, após coletar essas informações iniciar a etapa 7 o atendimento.

Para acompanhamento do relato de caso no artigo foram analisados: resultados obtidos dos procedimentos realizados, reações esperadas na pele, eventos adversos, efetividade, quantidade de sessões realizadas, data em que foram realizados os procedimentos e registro fotográfico da frente e das laterais da face (sendo o registro fotográfico parte das etapas 7 e 8, conforme o item 2.4.1 Etapas do método Nepomuceno deste artigo). A etapa 9 consiste na indicação de produtos *home care*, a etapa 10 é a marcação da próxima sessão, a etapa 11 é o pós atendimento (conforme o item 2.4.1), e por fim a etapa 12



que é o acompanhamento *online*. Ressalta-se que foi solicitado a anuência da participante para a divulgação das imagens.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção apresenta-se as 12 etapas do método por meio de um relato de caso.

### 4.1 Relato de Caso

A importância das etapas para a rotina dos atendimentos estéticos, é para que a atenção ao cliente torne o momento prazeroso e demonstre o domínio do profissional quanto às técnicas de abordagem, nivelando o padrão de excelência, agregando valor e dando destaque positivo ao prestador de serviço.

1. A cliente se interessou pelos serviços prestados que viu pelas plataformas de mídias sociais (*Instagram*) e entrou em contato pelo *WhatsApp*, o que demonstra a importância do profissional de estética estar atento às novas práticas de marketing digital. (BOGÉA, 2018)
2. A cliente recebeu o questionário online e enviou as respostas, esse dinamismo do questionário inicial melhora o desempenho nos atendimentos feitos pelo *WhatsApp* pois torna o atendimento algo mais direcionado e objetivo. (GONÇALEZ, 2022)
3. Após respondido, foi feita a elaboração do orçamento personalizado, e enviado a paciente, foram esclarecidas as dúvidas e recebido o aceite da cliente, esse momento da negociação é imprescindível pois é a valorização que o próprio profissional dá ao seu trabalho, expondo o conhecimento a respeito do procedimento ofertado e verbalizando a exclusividade do tratamento

personalizado, fazendo com que esse atendimento não seja somente mais uma consulta que o cliente realizará em sua vida, mas uma oportunidade de ser atendido por um profissional de excelência. (DE CAMPOS; LONNI; BENETOLI, 2022)

4. A cliente realizou a transferência parcial do valor total do procedimento conforme solicitado para o agendamento, e assim foi confirmado seu horário. O pagamento de taxa de agendamento é comumente usado em atendimentos da área da saúde, pois tem papel indispensável quanto a quantidade de pessoas que não comparecem no dia e horário marcado, pois a perda do valor investido faz com que diminua drasticamente essa quantidade. (GONÇALEZ, 2022).
5. No dia da sessão foi realizada a consulta, avaliação, registros fotográficos: Anamnese para consulta e avaliação:
  - Sexo: feminino
  - Estado civil: solteira
  - Idade: 25 anos
  - Ocupação: estudante
  - Biotipo cutâneo: lipídico e acneico
  - Grau da acne: I
  - Fototipo: II
  - Textura: áspera e espessa
  - Peso: 57,200 kg
  - Altura: 1,63 m.

Ficha anamnese descritiva completa: paciente jovem, com alimentação desequilibrada e sem acompanhamento, consumo de álcool 1-2x ao mês, dormia em torno de 7 horas por noite, consumia em torno de 2L de água por dia, não praticava exercícios físicos. Permanecia sentada em torno de 10 horas por dia, nunca realizou nenhuma cirurgia, intestino regular (1x ao dia), sem filhos. Praticamente não se expunha ao sol, tomava medicação diária de anticoncepcional sendo

21 comprimidos e pausando 7 dias. Possui alergia a pelúcia, dipirona, e banana caturra, suspeitava ter labirintite, mas sem diagnóstico confirmado. Fazia uso apenas de sabonete em barra e protetor solar. Paciente relatou que devido ao stress na faculdade e na vida pessoal, teve piora significativa na pele, e buscava tratamento para suas principais queixas. Eram elas: comedões em face completa, processo acneico ativo, oleosidade exacerbada, e hiperpigmentação pós inflamatória. Procedimentos que foram realizados: 1 limpeza de pele personalizada, 1 peeling personalizado. (DAL FORNO et al., 2019)

6. Realizado as indicações dos profissionais multidisciplinares, essa indicação expõe o interesse do profissional na saúde do paciente como um todo, não somente na área em que ele estará trabalhando, essa indicação atua como um elevador de padrão de qualidade na consulta. (DAL FORNO et al., 2019)
7. Atendimento realizado (limpeza de pele personalizada), gravação da conduta terapêutica; Duração do procedimento: 1 hora e 30 minutos a sessão de limpeza de pele 22/10/2021 (e 25 minutos o peeling 12/11/2021 duração da sessão 30 minutos). Ao realizar o atendimento é importante estar atento ao ambiente, oferecer um local limpo, com música ambiente, luz agradável, se atentar ao tom de voz, utilizar de aromaterapias e cromoterapias, entre outras ações que tornam o atendimento uma experiência prazerosa e única. (DAL FORNO et al., 2019)
8. Registro fotográfico do pós procedimento; O registro fotográfico além de ser importante para o acompanhamento do resultado, é um respaldo ao

profissional/cliente caso surja alguma intercorrência ou o cliente alegue algum acontecimento inexistente, por exemplo: paciente possui uma cicatriz em região perioral pré existente, e diz que ocorreu após o atendimento, ter esse registro respalda que não foi por prática do profissional que ela surgiu, e além disso o registro fotográfico torna o resultado algo concreto, pois um antes e depois enviado ao paciente evidencia que o investimento financeiro e de tempo feito por parte dele, teve retorno visível. (DAL FORNO et al., 2019)

O resultado final foi obtido com 27 dias após o primeiro dia do procedimento. O registro fotográfico foi feito pela própria paciente, as fotos foram tiradas nas seguintes datas:

- O antes: 23/10/2021;
- O depois: 19/11/2021;
- Intervalo de uma foto para a outra: 27 dias;
- Resultados esperados efetividade: melhora aparente nas condições relatadas: retirada de comedões, clareamento das hiperpigmentações, controle de oleosidade, da produção de sebo, e do processo acneico;
- Eventos adversos: vermelhidão, descamação, marcas da extração, (tudo dentro do esperado);
- Quantidade de sessões realizadas: 2;
- Data em que foram realizados os procedimentos:
  - Primeira sessão: 22/10/2021;
  - Segunda sessão: 12/11/2021;
- Quantidade de participantes: 1.

**Figura 1- Antes e depois do resultado final (frontal)**



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

**Figura 2 - Antes e depois do resultado final (lateral 1)**



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

**Figura 3 - Antes e depois do resultado final (lateral 2)**



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

9. Indicação dos produtos *home care* feita e paciente realizou a compra dos produtos. A indicação dos produtos de uso em casa, além de fazer manutenção no tratamento, é uma oportunidade de 2ª fonte de renda. (DAL FORNO et al., 2019)
10. Agendamento da próxima consulta feito (peeling químico) com a cliente em clínica. O agendamento da próxima sessão com o cliente em clínica dinamiza o tempo que seria gasto com esse agendamento feito pelo *WhatsApp* pois pessoalmente ela responde mais rápido e tornando algo natural essa venda do próximo serviço, torna-se uma venda “orgânica”. (DAL FORNO et al., 2019)
11. Envio do pós atendimento completo pelo *WhatsApp*. O pós atendimento/procedimento que é enviado pelo *WhatsApp* antecipa possíveis dúvidas do paciente de forma que diminui o tempo que levaria de pergunta e resposta posteriormente, além de deixar

registrado informações para consulta do cliente e do profissional salvas na conversa. (DAL FORNO et al., 2019)

12. Acompanhamento online. O acompanhamento online humaniza o atendimento, demonstrando ao cliente o comprometimento do profissional com o seu tratamento, e externa que ele é importante e que o valor investido por ele vai além de uma consulta e um procedimento, mas que a partir do momento em que ele se tornou usuário dos seus serviços viverá uma experiência única de exclusividade. (DAL FORNO et al., 2019)

Após o detalhamento do relato de caso nota-se que a singularidade deste caso se dá ao pouco tempo de tratamento (27 dias), e ao resultado de excelência obtido e mantido após o tratamento facial que foi realizado, tendo relevância para a comunidade científica e acadêmica o seu relato por meio de estudo de caso.

Foi solicitado à paciente do presente estudo, um depoimento a respeito de suas impressões, possíveis críticas, sugestões e consideração final quanto a experiência de passar pelo método Nepomuceno, que relatou:

*“Minha experiência de tratamento com a pele começa na adolescência, com orientação de diversos profissionais. Desde quando a acne começou a me incomodar, busco um tratamento, que acabou passando pelo uso de ácidos, remédios, produtos manipulados, pomadas, até ao uso de medicações mais fortes de tratamento como o roacutan. Minha experiência com a medicação foi satisfatória, mas hoje, depois de conhecer tratamentos mais eficazes e menos agressivos avalio que a exposição ao roacutan, incluindo rotina intensa de exames, alimentação,*

*transformação extrema da pele e inúmeras restrições na vida não valem a pena.”* Conhecendo os tratamentos estéticos com a Dayanne, percebi que a avaliação dos profissionais que já havia me consultado é sempre voltada para a “resolução de um problema”, diferente da orientação dessa esteticista, que é voltada para como “cuidar da pele, tratar o problema”. Fiquei extremamente satisfeita com a avaliação inicial, atendimento completo, com questionamentos muito além do cuidado específico da pele e sim, com a alimentação, com a mente, com o corpo, rotina, produtos e tantos outros questionamentos, a avaliação do meu caso foi completa! Após a realização do primeiro procedimento, já tive uma ótima impressão e principalmente uma expectativa que o meu problema que me incomodava tanto e já tinha passado por tantos outros profissionais poderia ser resolvido de uma forma menos invasiva e sim com a reeducação dos cuidados diários e o uso dos produtos certos. Além do acompanhamento da Dayanne, como grande profissional que é, sempre em contato por mensagem para a avaliação diária da pele e a evolução dos resultados dos procedimentos. O principal motivo que me fez investir nos tratamentos pelo tempo que consegui, foi a transmissão de confiança. Nunca tinha me sentido segura no que estava fazendo em relação a pele, sempre via o olhar dos outros profissionais como se o meu problema fosse “um grande problema”.

Já ouvi que o meu caso era “acne de grau 3, e que somente uso intenso de roacutan resolveria o meu problema” depois de ter usado o medicamento



e ter tido resultado, mas apenas por um tempo. Agradeço imensamente a Dayanne pela atenção e cuidado, um cuidado que ultrapassa o atendimento profissional/cliente, sempre demonstrou seriedade nas orientações, bom humor e sempre trabalhou com a verdade, nunca tive a impressão de “querer vender um produto” e sim, confiança para bons resultados, indicando os produtos certos para a pele, orientando a rotina de cuidado e explicando todos os procedimentos futuros para a tão sonhada “pele lisinha”. Sempre que posso a indico para as pessoas que passam pelo mesmo problema, confio de olhos fechados. Sempre que olho no espelho volto a ter confiança pois sei que meu problema tem solução usando os produtos certos da maneira certa, adequados para a minha pele. O cuidado da Dayanne me devolveu a confiança de tratamentos que nunca nenhum outro profissional me passou. Agradeço por tudo, e a parabenizo pela profissional impecável é, pois muda a vida de muitas pessoas, tenho certeza! Porque mudou a minha pra melhor!”

A aplicabilidade do Método Nepomuceno não exclui a necessidade da competência do profissional que o executa, como formação em nível técnico/superior, conhecimento teórico prévio, habilidade prática em clínica, mas é uma ferramenta importante que facilita a rotina clínica. Por isso é importante ser um profissional atualizado para entregar trabalhos feitos com excelência, humanizados e com uma precificação de acordo com o que reflete todo esse valor. (ALMEIDA; WECHSLER, 2015)

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a apresentação completa desta demonstração, é possível concluir que o objetivo geral que questiona se o método Nepomuceno é eficaz foi alcançado? Após a elaboração desse estudo aprofundado da aplicabilidade do método Nepomuceno, pode-se afirmar que um método para atendimento auxilia positivamente na rotina clínica, pois impacta diretamente na experiência do usuário/cliente de forma benéfica, agregando valor e suprimindo essa demanda no público atual, então o objetivo geral foi alcançado.

O objetivo específico de levantar na literatura a importância do empreendedorismo e da inovação de tratamento na área de estética facial no cenário atual também foi alcançado com sucesso, pois foram apresentados os diversos cenários em que o mercado se encontra, como por exemplo a saturação profissional, e essa demanda para empreender e inovar é existente. O segundo objetivo específico foi relatar um caso de aplicação do método Nepomuceno de tratamento facial desenvolvido pela esteticista, para mostrar a efetividade prática, e a partir do depoimento recebido da paciente, as fotos de antes e depois, e o detalhamento de cada etapa do método foi verificado que sua aplicabilidade é efetiva.

A limitação da pesquisa se dá pelo fato de que o Método Nepomuceno ainda não foi aplicado por outros profissionais da área, e pelo relato ter sido realizado com apenas 1 caso. Assim como a perspectiva futura de continuação da pesquisa, é necessário a continuação da aplicação do método.

O mercado de estética está em constante expansão, então esse estudo abre portas para que novos métodos sejam criados, para alcançar alta performance em atendimento clínico, além de trazer visibilidade a necessidade de mais estudos do esteticista empreendedor e as constantes mudanças no setor.



- ALMEIDA, Leandro da Silva; WECHSLER, Solange Muggia. Excelência profissional: a convergência necessária de variáveis psicológicas. **Estudos de Psicologia**, Campinas, v. 32, p. 767-775, 2015.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BOGÉA, Felipe. Uma ferramenta estratégica. **GV-Executivo**, v. 17, n. 5, p. 26-29, 2018.
- CAMPOS, Gabriela Rocha; FARIA, Hila Martins Campos; SARTORI, Isabela Duarte. Cultura da estética: o impacto do *Instagram* na subjetividade feminina. **Cadernos de Psicologia**, v. 1, n. 2, 2020.
- CARDOSO, Ana Caroline et al. **Atuação do enfermeiro na área da estética: mercado de trabalho e empreendedorismo**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Enfermagem) - Centro de Ciências da Saúde, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/202137>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- CARREIRO, Eneida Moraes et al. Tratamento de rejuvenescimento facial pela estética e fisioterapia dermatofuncional: estudo de caso. **Catussaba**, v. 1, n. 2, p. 47-54, 2012.
- CATTANI, Jandira O; MARTINS, Lara Regina; GAMA, Manuel Carlos Pinheiro. **Marketing pessoal: como colocar sua carreira no mercado da estética e beleza**, [2020]. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Jandira%20de%20Oliveira%20Cattani,%20Lara%20Regina%20Martins.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- DAL FORNO, Luísa Giovana Villani et al. Padronização da ficha de anamnese facial. **Revista Saúde Integrada**, v. 12, n. 23, p. 81-86, 2019.
- DE CAMPOS, Thayná Ferreira; LONNI, Audrey Alesandra Stingham Garcia; BENETOLI, Arcelio. Mídias sociais como nova ferramenta de engajamento na cosmetologia e estética. **Visão Acadêmica**, v. 23, n. 2, 2022.
- FILGUEIRAS, Nathalia Lima. **O crescimento e valorização do mercado de estética no Brasil**. 2019. Trabalhos de Conclusão de Curso (Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo) - Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu, 2019.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GODOY, Isabela Martins, et al. A atuação do farmacêutico na saúde estética. **Revista eletrônica de trabalhos acadêmicos**, Goiânia, ano 1, n. 3, 2016. Disponível em: <http://revista.universo.edu.br/index.php?journal=3GOIANIA4&page=article&op=view&path%5B%5D=3086>. Acesso em:
- GONÇALEZ, Fernando Felio. **Chatbot para atendimento automatizado**. 2022. 95 f. Tese (Doutorado) - Universidade Fernando Pessoa, 2022. Disponível em: [https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/9946/1/DM\\_37665.pdf](https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/9946/1/DM_37665.pdf). Acesso em: 27 nov. 2022
- KAMIZATO, Karina Kiyoko; BRITO, Silvia Gonçalves. **Técnicas estéticas faciais**. São Paulo: Saraiva Educação, 2014.
- NEVES, Amanda da Silveira et al. **A relevância das redes sociais no desenvolvimento da cultura empreendedora no mundo globalizado**. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Relações Internacionais) - Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: [https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/10762/1/108516\\_Amanda.pdf](https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/10762/1/108516_Amanda.pdf). Acesso em: 26 jun. 2022.
- SAMPAIO, V.; TAVARES, C. V. C. C. Marketing digital: O poder da influência das redes sociais na decisão de compra do consumidor universitário da cidade de Juazeiro do Norte-CE. **Revista Científica Semana Acadêmica**, Fortaleza, v. 1, n. 104, p. 1-26, 2017.
- SCHMITZ, Delourdes Schafascheck; LAURENTINO, Lucia; MACHADO, Marli. **Estética facial e corporal: uma revisão bibliográfica**. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Cosmetologia e Estética), 2010.
- SILVA, Amanda Suênya B.; GUIMARÃES, Jairo C. Empreendedorismo feminino: perfil no segmento da beleza e da estética. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 12, n. 2, p. 53-71, 2018.
- SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE-SÃO PAULO, 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, 2016. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51557707/634-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1663379226&Signature=hPL78vqwzWOUGI-f8n~FnEDI6mD1YJ9IcYHPAYiGN9SGgY7m4Ys-TrcHibMemP6Ml4cGBJ1R9nM1dO1uH1l7lPe907T7jZ-mP2mGwcZyJ25bbjLMUM2vWU8e-Z76631d2bh6c2VyA7POHtHF6>

tYat1zfEAYg5CXY0~sjrxkCu9q34-D6tuOSFJ-jyteu8e10zOZVjCBLG57yG1JX4Ub4dDcFqjaHw~ZzU6uBaXfRgurh3M5ZlPOLzOrivYB9eW5Camey53ZaSqpZngaHlxqiYAGSK6sKFGQKFdPpNOGiWL-SOUGXaa09pBD6fBXW39iLRGZfWW3YkQb8qkltGzw\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 16 set. 2022.

**T**ASCIN, Joselane C.; SERVIDONI, Renato. Marketing pessoal: uma ferramenta para o sucesso. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, v. 1676, p. 9-33, 2005.

**T**HE CARE Guidelines: Consensus-based Clinical Case Reporting Guideline Development. Oxford: UK

Equator Centre, 2022. Disponível em: <https://www.equator-network.org/reporting-guidelines/care/>. Acesso em: ago. 2022.

**V**IEIRA, Francisca Inalina Pedroza; DE OLIVEIRA, Mayara Muniz; DE SOUSA, Francisca Rozangêla Lopes. **Empreendedorismo feminino no ramo de estética**: Um estudo. Disponível em: [https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/empreendedorismo\\_feminino\\_no\\_ramo\\_de\\_estetica\\_um\\_estudo\\_realizado\\_na\\_cidade\\_de\\_nazarezinho\\_pb.pdf](https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/empreendedorismo_feminino_no_ramo_de_estetica_um_estudo_realizado_na_cidade_de_nazarezinho_pb.pdf). Acesso em: ago. 2022.